

лагать комплексные масштабные проекты по раскрытию их потенциала, не сводимые к действиям узко-профильных специалистов (только охрана памятников, только коммуникации и т.п.). Оно требует подготовки качественно нового поколения выпускников УрФУ, способных взаимодействовать друг с другом в реализации подобных проектов.

#### Литература

1 Флорида Р. Кто твой город? Креативная экономика и выбор мест жительства. М.: Strelka пресс, 2014. 368 с.

2 Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. 399 с.

3. Динни К. Брендинг территории. Лучшие мировые практики. М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013.

4. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В. С. Автономова. М.: ЭКСМО, 2007. 864 с.

5. Быстрова Т. Ю. Направления и проблемы развития «устойчивого» дизайна // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2012. № 1. С. 96–102.

6. Быстрова Т.Ю. Повседневность как пространство коммуникаций // Культурологическое измерение феномена повседневности : монография / под общ. ред. Т. А. Кругловой, Н. П. Коноваловой. Екатеринбург: УрФУ, 2012. 282 с.

## ПРАКТИКУМ ПО ИЗУЧЕНИЮ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

**Булатова А.В.**

*Уральский федеральный университет имени первого  
Президента России Б.Н.Ельцина, Екатеринбург*

Ключевые слова: городское пространство, практикум,  
открытый город

Булатова А.В. Практикум по изучению современного городского пространства

В современной эпохе большинство населения сосредоточено в городах, и именно поэтому феномен городского пространства становится предметом актуальных научных междисциплинарных исследований сегодня. Изучение города и его различных пространств: географического, демографического, экономического, культурного, визуального, информационного и тд. дают возможность не только проанализировать уже существующие тенденции, но что более важно предлагать проекты по развитию современных городов, исходя как из практической необходимости, так и с позиции воплощения концептуальных идей.

Концепция «открытого» становится ключевой в рамках современной культуры. Отсутствие ограничений, принятие иного, открытость и удобство для жизни, пронизанность информационными потоками то, что характеризует среду современного города. В нашей статье мы будем рассматривать «открытый город» как ключевую концепцию в понимании современного города. Существует множество параметров, по которому город может быть признан открытым, и один из параметров его открытое, свободное изучение. Городские пространства превосходный материал для разного рода исследований междисциплинарного характера. Возникает необходимость систематизировать знания в учебный курс, в рамках которого можно будет осветить различные аспекты исследований города. В ходе освоения, которого студенты должны проводить изучение, анализ, проектирование пространства современного города.

Предлагаемые ниже практические задания могут быть проведены как в рамках отдельной специальной дисциплины, посвященной исследованию городского пространства «Урбанистика», «Дизайн городского пространства», так и частично, в ходе изучения таких дисциплин как «Проектирование визуальной коммуникаций», «Брендинг» для студентов дизайнеров и рекламистов. Часть заданий была проведена со студентами по направлению «Художественно-рекламный сервис» в рамках курсов «Проектирование визуальных коммуникаций», «Введение в специальность».

В рамках курса студент изучает опыт городов мира, для практических занятий площадкой для исследования и проектирования городского пространства является город Екатеринбург. Ниже приводится несколько возможных вариантов практических занятий.

### Практикум

Тема: Концепции современного города.

Изучение и презентации концепций современного города: Эдвард Соя «Постметрополис», «городская повседневность» Эш Амин и Найджел Трифт, Мануэль Кастельс «Информационный город», Саския Сассен «Глобальный город», Чарльз Лэндри «Креативный город». Концепция «открытого города». Студентам предлагается придумать визуальные знаки, образы для каждой концепции.

Тема: Открытый город - Екатеринбург

Первое задание, в рамках которого студентам предлагается создать ассоциативную карту на тему «Открытый город — Екатеринбург». Занятие может проводиться в индивидуальной или групповой форме. После заполнения карты выявляются ключевые ассоциативные связи, которые показываются цветными линиями. На основании этого выдвигается и рассматривается ряд креативных идей. Креативные идеи записываются, проводится их анализ и отбор лучших вариантов.

Во второй части задания студенту предлагается использовать одну из креативных идей как основу для построения визуального образа Екатеринбурга как открытого города. Задание может быть выполнено как в наброске, рисунке или модели, так и в полноценной электронной версии. Это занятие является ключевым.

Тема: Ментальная карта города

Первая часть работы создание ментальной карты города (Стенли Милграм). Екатеринбург и его субъективное восприятие города жителями. Индивидуальное и коллективное восприятие города. Образ городов мира. Образ города и отдельных его районов.

Вторая часть работы заключается в создании логотипа Екатеринбурга на основе ментальной карты.

Тема: Визуальный образ города и его позиционирование.

Визуальный образ города. Бренд Екатеринбурга. Позиционирование Екатеринбурга как культурно-исторического центра, бизнес центра, центра развлечений и тд. В ходе занятия студенты должны рассмотреть привлекательность города для разных видов деятельности. Выявить сильные и слабые стороны города в различных сферах. Предложить варианты, способствующие оптимальному развитию города. В рамках этого занятия студенту предлагается создать визуальный образ Екатеринбурга.

Тема: Екатеринбург как туристический центр.

В ходе занятия студенты должны рассмотреть привлекательность Екатеринбурга с точки зрения приезжающих. Создать альтернативные туристические маршруты по городу Екатеринбургу.

Тема: Реклама Екатеринбурга

На занятии, используя методы креативного мышления (мозговой штурм, ассоциативные карты) студенты придумывают креативные идеи для рекламы Екатеринбурга. Каждый студент самостоятельно выбирает идею и иллюстрирует ее в ряде вариантов для наружной рекламы или Интернет рекламы. Необходимо придумать и отобрать креативную идею, воплотить ее в визуальный образ и рекламный текст (слоган) для соответствующей целевой аудитории и вида рекламы.

Тема: Контент о Екатеринбурге

Информационные потоки в рамках современного города. Информационный город (М. Кастельс). Екатеринбург — как информационный город.

Вторая часть занятия студентам предлагается на занятии исследовать понятие вирусного маркетинга, его основные принципы и сущность. Определить подходящие идеи для соз-

дания вирусного контента о Екатеринбурге. Сгенерировать текст и визуальное оформление для контента.

Тема: Проблемы городского пространства.

В ходе мозгового штурма выявляются и записываются основные проблемы современного города на примере г. Екатеринбурга. Группа делится на подгруппы 3-5 чел, каждая подгруппа выбирает одну из проблем, делает презентацию, в которой предлагает возможные варианты ее решения на примере других городов или собственные идеи. В ходе обсуждения идеи оцениваются, комментируются и анализируются всеми участниками группы.

Тема: Инфографика в современном городе.

Задание дается студентам заранее: проанализировать примеры удачной и неудачной инфографики в городе Екатеринбурге. Каждый студент должен принести на занятие по 3-4 примера такого рода. В рамках занятия студент должен выступить и произвести анализ сильных и слабых сторон, ошибки приведенного им примера, варианты их устранения.

Задание второе: сделать инфографику для общественного учреждения города Екатеринбурга (музей, аэропорт, автовокзал, торговый центр, зоопарк и тп.)

Тема: Креативный город

Культура креативности. Креативные индустрии. Генерация event событий. Задание разработать бриф (техническое задание) на организацию события показывающего креативную составляющую Екатеринбурга как открытого города.

Тема: «Екатеринбург - город будущего»

В рамках этого занятия выявляем основные перспективные направления развития города. В начале работы каждый студент пишет 20 характеристик Екатеринбурга как города будущего. Затем проводим работу по подгруппам 3-5 человек, каждая группа составляет свой список, который выносится на обсуждение всей группы. В итоге

занятия формируется общий список для группы в целом, давая целостный образ футуристического Екатеринбурга.

В рамках курса студенту предлагается создать групповой проект «Екатеринбург - открытый город».

Освоение практических занятий по исследованию городских пространств дает студенту не только навыки анализа проблем и их существующих решений, но и практические умения по проектированию креативных решений.

## **ПЕРФОМАТИВНОСТЬ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ИДЕИ ОТКРЫТОГО ГОРОДА**

**Головнева Е.В.**

*Уральский федеральный университет имени первого  
Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург*

Ключевые слова: городская идентичность, перфомативность, открытый город

В настоящее время, опираясь на представления о коллективной идентичности, сложившиеся в научной литературе, можно зафиксировать несколько аспектов ее исследования, способных прояснить теоретический статус городской идентичности и являющихся взаимодополнительными при ее изучении.

Во-первых, это эссенциалистская идея («жесткая» и «сильная», согласно классификации Брубэйкера и Купера) об обусловленности коллективной идентичности рядом факторов (территориальным, этнокультурным, языковым, религиозным, историко-культурным и т.п.), ее устойчивости и стабильности в возникновении некоего единства. В таком понимании, коллективная идентичность связана с сохранением неизблемых ори-